



2024-2028年中国传统节令食品行业市场研究报告

2024年9月

Uresearch专注于行业市场数据研究，已深耕行业市场数据研究十余年，形成了经验丰富的研究团队、独特的研究方法体系和丰硕的研究成果积淀，搭建了专业完善的跨行业数据库，覆盖半导体、新能源、新一代信息技术、高端装备、新材料、医药健康、医疗器械、先进制造、节能环保、建筑装饰、文化体育、消费娱乐等上百个领域。

声明

本报告为Uresearch的调研与研究成果，报告内所有数据、观点、结论的版权均为Uresearch所有。任何机构和个人摘引本报告，必须注明出处为Uresearch，且不可断章取义或增删、曲解本报告内容。

本报告所涉及的数据来源于企业、KOL和市场公开数据，采用的统计方法、数据模型等有其局限性，以Uresearch认为可靠、准确、完整的信息为基础，但不保证报告所含信息的精准性和完整性。Uresearch将不时补充、修订或更新有关信息。

本报告所含信息仅供参考，任何内容均不作为商业建议。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，Uresearch不承担任何法律责任。



目 录

一、传统节令食品市场发展概况

二、传统节令食品细分产品发展概况

报告覆盖范畴

报告范畴

- 主要覆盖零售及餐饮渠道的节令食品市场

分析对象

- 主要包括速冻水饺、速冻汤圆、粽子、月饼四大传统节令食品
- 不包括家庭自制自食的水饺、汤圆、粽子、月饼等

四大传统节日令食品

传统节日令饮食文化，作为中华民族悠久历史的璀璨瑰宝，不仅凝结了我国人民的食养艺术与生活智慧，更是文化习俗与民族情感的载体。

从春节的饺子，寓意团圆与新的开始，到元宵节的汤圆，象征着美满与和谐，再到端午节的粽子，寄托着对先贤的缅怀，以及中秋节的月饼，传递着团圆的期盼。

这些传统节日令食品不仅是美食，更是文化的传承与情感的纽带，它们为传统节日令食品市场注入活力，并赋予了其深厚的文化底蕴。



传统节令食品市场规模

2023年，我国四大传统节令食品市场规模合计达740亿元，较2022年实现小幅增长。受国内经济结构调整及居民消费意愿偏弱的影响，2024年市场规模预计将下滑至706亿元，2025-2028年将逐渐恢复增长，到2028年市场规模将达到805亿元。

2018-2028年我国四大传统节令食品市场规模及预测（亿元）



产品结构

2024-2028年CAGR

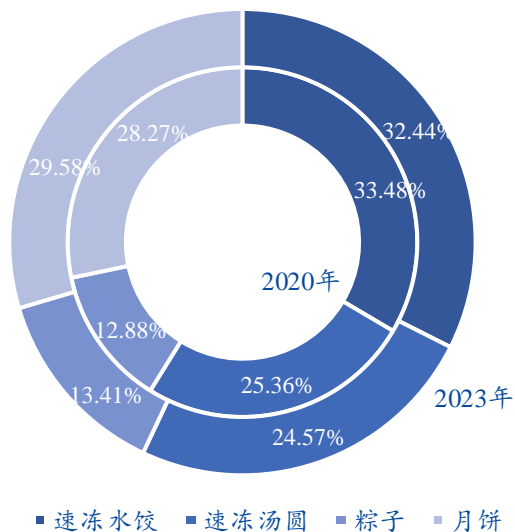
| 产品 | 2024-2028年CAGR |
|------|----------------|
| 合计 | 3.35% |
| 月饼 | 2.99% |
| 粽子 | 3.30% |
| 速冻汤圆 | 3.55% |
| 速冻水饺 | 3.55% |

数据来源：Uresearch

传统节令食品细分产品格局

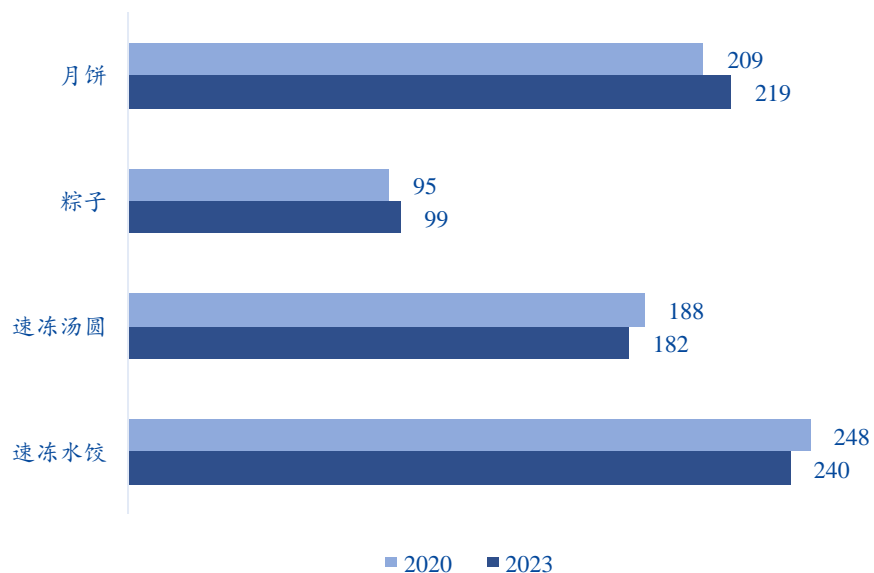
- ▶ 速冻水饺、速冻汤圆节令食品及方便食品的双重特性显著，市场规模较大、占比较高。
- ▶ 相较于粽子，月饼销售单价较高，整体市场规模占比较高。
- ▶ 新口味、新包装、文旅融合等多重因素推动月饼市场规模占比提升。

2020年及2023年我国四大传统节令食品市场规模占比



数据来源：Uresearch

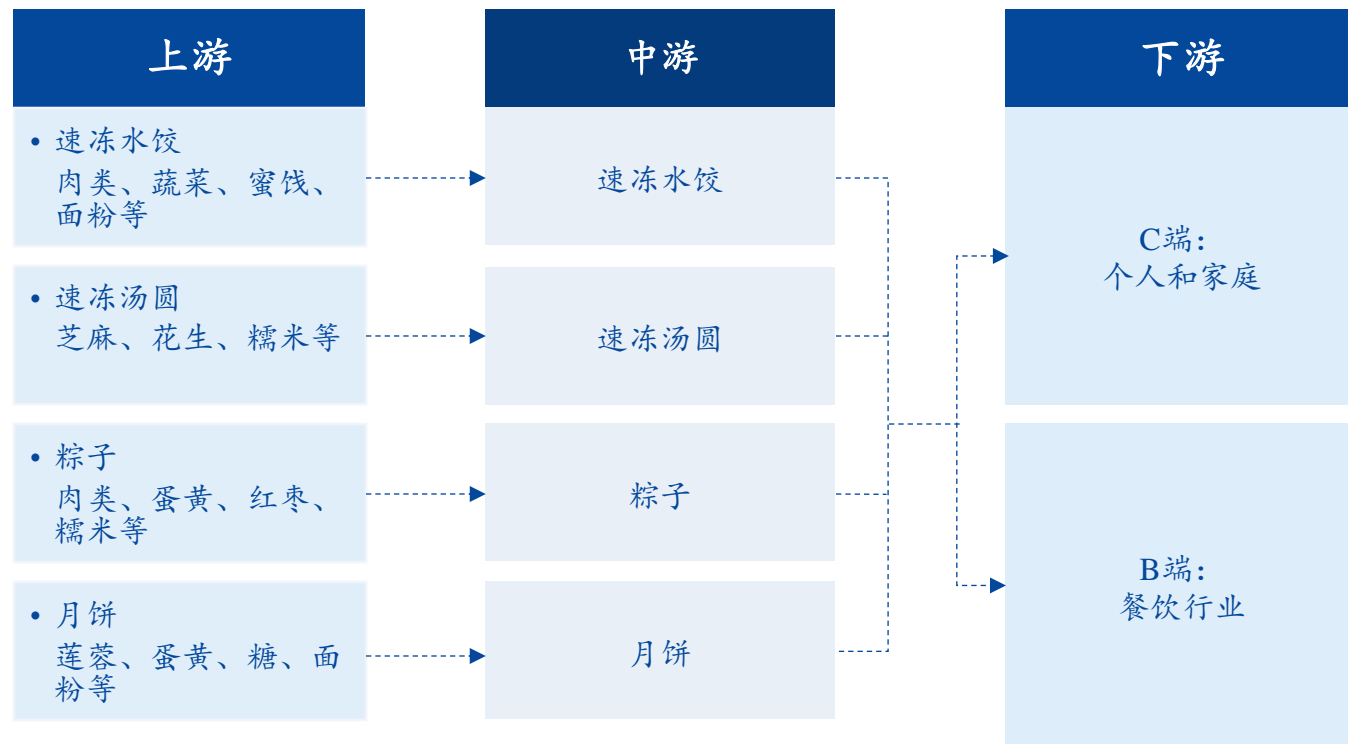
2020年及2023年我国四大传统节令食品市场规模对比（亿元）



数据来源：Uresearch

传统节令食品上下游产业链

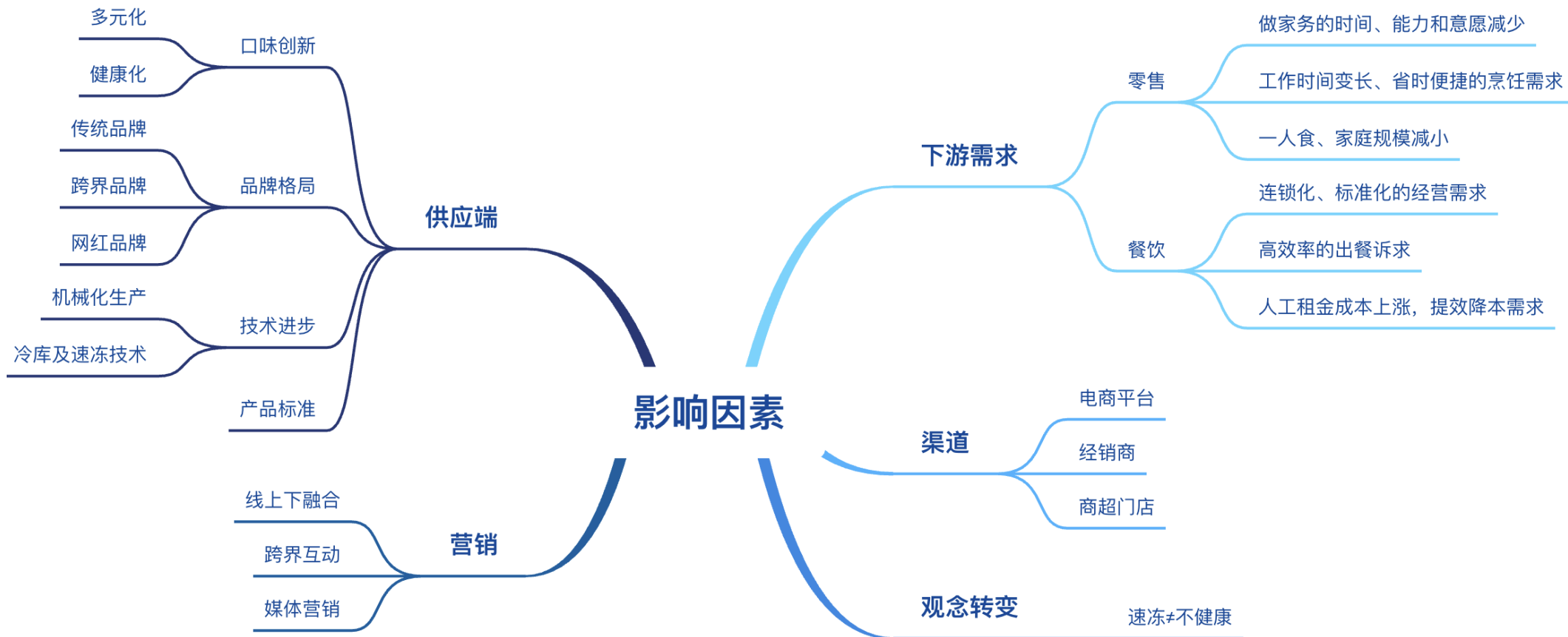
传统节令食品产业链上游原材料主要为面粉、糯米、肉类、蔬菜等，中游为各类传统节令食品生产企业，下游终端市场为个人和家庭、餐饮行业。速冻水饺、速冻汤圆兼具节令食品与方便食品双重属性，日常消费需求较高，而粽子、月饼的节令食品和礼品属性突出，存在明显的季节性特征，具有销售期短、市场集中和短期量大的特点。



资料来源: Uresearch整理

传统节令食品行业发展主要有利因素

主要影响因素思维导图



资料来源：Uresearch整理

传统节令食品行业发展主要有利因素

供给端

- 口味创新：多元化、健康化
- 品牌格局：传统品牌为主、跨界品牌入局、网红品牌崛起
- 技术进步：生产机械化、操作规范化；冷库及速冻技术等
- 产品标准：
 - ✓ GB/T 23786-2009 速冻饺子
 - ✓ SB/T 10423-2017 速冻汤圆
 - ✓ SB/T 10377-2004 粽子
 - ✓ GB/T 19855-2015 月饼

需求端

- C端：个人及家庭
 - ✓ 做家务的时间、能力和意愿减少
 - ✓ 工作时间变长、省时便捷的烹饪需求
 - ✓ 一人食、家庭规模减小
- B端：餐饮行业
 - ✓ 连锁化、标准化的经营需求
 - ✓ 高效率的出餐诉求
 - ✓ 人工租金成本上涨，提效降本的需求

传统节令食品行业发展趋势

创新及健康口味

为适应多样化的市场需求，传统节令食品行业与时俱进，开始注重口味创新和追求健康、营养，同时也积极探索产品形式上的创新，如造型可爱的儿童水饺、汤圆，以吸引不同消费偏好的群体。

线上渠道发力

随着冷链物流体系的完善，速冻水饺、速冻汤圆等速冻食品的配送质量越发稳定及时，叠加生鲜电商、直播带货与“宅经济”的拉动，线上渠道销售快速增长。



消费日常化

随着生活工作节奏的加快，以及年轻一代的烹饪意愿相对较低，具有强便捷性的速冻水饺、速冻汤圆乃至粽子更契合现代家庭、尤其是年轻人的烹饪需求。

餐饮渠道发展空间大

我国速冻水饺、速冻汤圆等B端消费市场目前占比较低。为拓展渠道，三全、思念等企业已纷纷加码餐饮渠道布局，针对餐饮大客户推出创新产品，餐饮渠道市场潜力大。

传统节令食品—速冻水饺和速冻汤圆

作为传统节令食品，速冻水饺和速冻汤圆的便捷性特征更为突出，符合C端快节奏生活的烹饪需求和B端标准化的食材供应需求及提效降本的经营需求，市场需求持续旺盛。

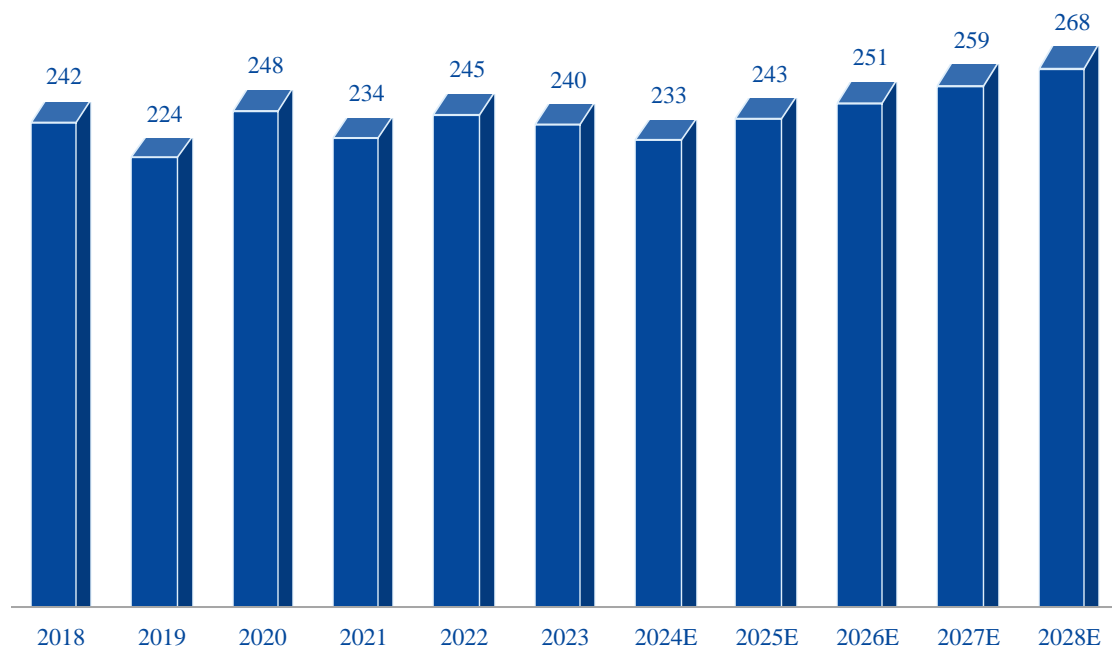
“宅经济”和“懒人经济”崛起，加之人们对于速冻食品的健康观念改善，消费习惯逐渐养成；同时冷链物流的完善突破辐射半径限制、生鲜电商的兴起，个人和家庭需求稳步释放，未来人均消费量将提升，速冻水饺和速冻汤圆市场规模保持稳定增长。



资料来源：各公司官网

传统节令食品—速冻水饺市场规模

2018-2028年我国速冻水饺市场规模及预测（亿元）



数据来源：Uresearch

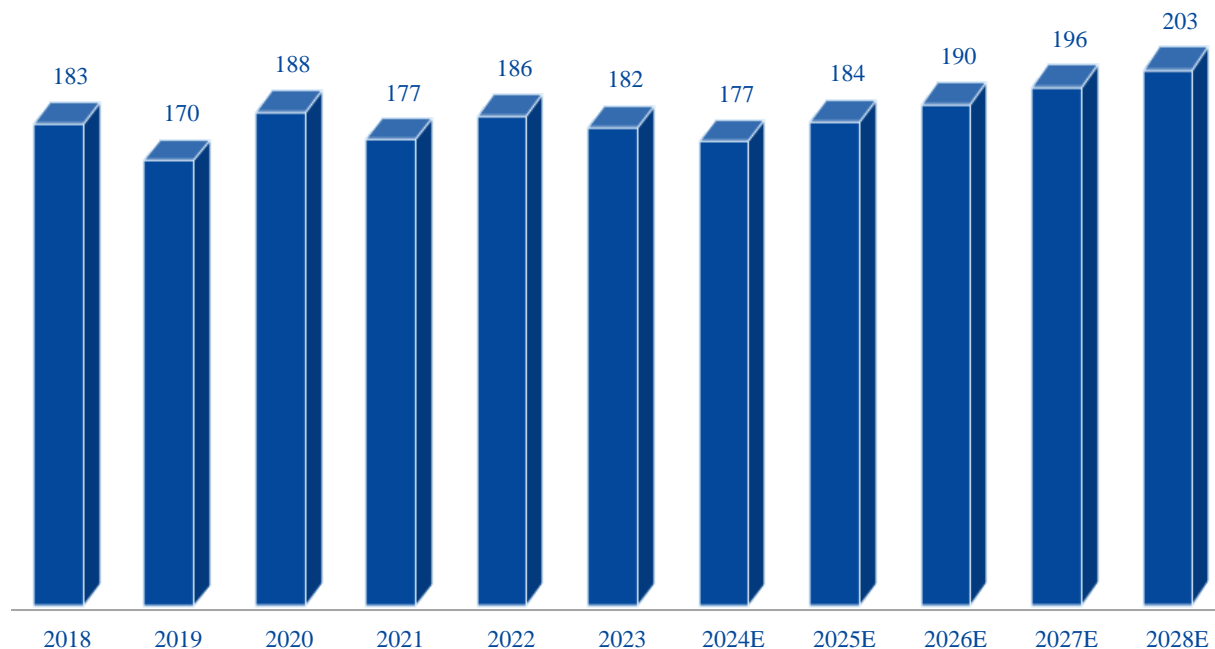
- ▶ 2023年，我国速冻水饺市场规模为240亿元，相比2022年的245亿元略有下降。
- ▶ 受国内经济结构调整及居民消费意愿偏弱的影响，预计2024年速冻水饺市场规模将进一步下滑至233亿元。
- ▶ 鉴于速冻水饺的便捷性，除作为节令食品外，其消费同时还具有刚需属性，消费群体庞大且频次高，未来有望逐渐恢复平稳增长，到2028年市场规模预计将达到268亿元。

传统节令食品—速冻汤圆市场规模

▶ 2023年，我国速冻汤圆市场规模为182亿元，相比2022年的186亿元略有下降。受下游需求变化影响，预计2024年市场规模将继续下滑至177亿元。

▶ 未来随着需求回暖，我国速冻汤圆市场有望逐渐恢复平稳增长，预计到2028年市场规模将突破200亿元。

2018-2028年我国速冻汤圆市场规模及预测（亿元）

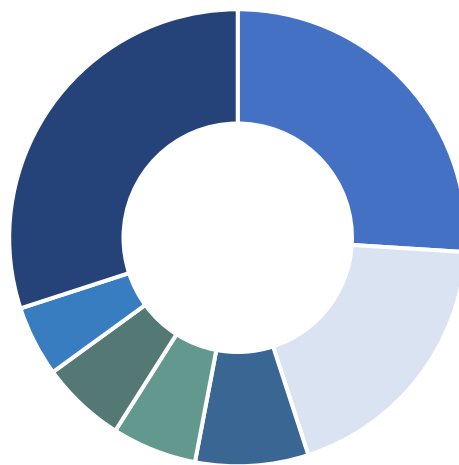


数据来源：Uresearch

传统节令食品—速冻米面食品市场竞争格局

水饺、汤圆等速冻米面制品行业发展较为成熟，行业竞争格局清晰，集中度较高。传统速冻米面进商超费用较高，小企业品牌认知度低且费用投入有限，难以与行业巨头抗衡，加之行业竞争激烈、分化明显，市场份额向龙头企业集中。目前，传统米面类市场份额主要由三全食品、思念和湾仔码头三大巨头占据，2023年CR3达53%。其中，龙头三全食品拥有“三全”和“龙凤”两大品牌，在速冻米面行业市占率领先，排名第一，达26%。

2023年我国速冻米面食品市场竞争格局



■ 三全食品 ■ 思念 ■ 湾仔码头 ■ 海霸王 ■ 科迪速冻 ■ 安井股份 ■ 其它

数据来源：Uresearch

传统节令食品—粽子

粽子是我国历史文化积淀最为深厚的传统美食之一，同时具有方便食品的特征，被誉为世界快餐食品的始祖。其已从端午节的标志性节令食品演变为日常方便食品，成为华东地区人们主要的早餐及主食食品之一。

粽子行业集中度较高，浙江嘉兴是我国粽子的主要产地，拥有五芳斋、真真老老、三珍斋等老字号品牌。

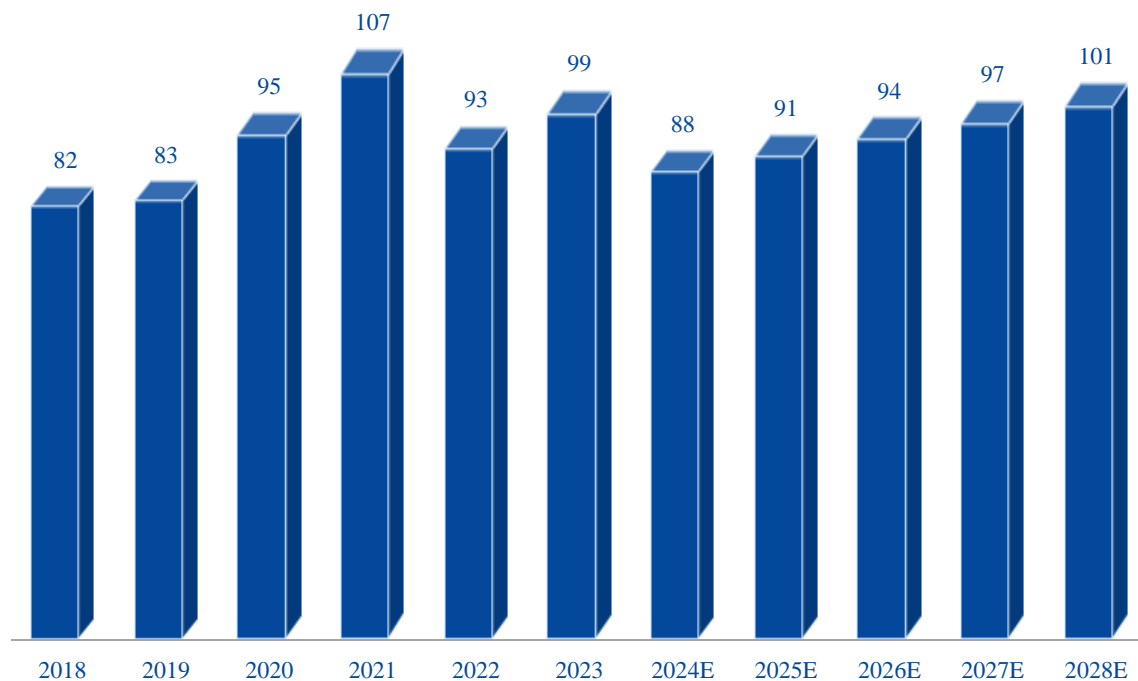
线上渠道发力、跨界营销、私人定制、创新口味等多重因素推动C端年轻消费主力增长，近年来粽子销量保持在较高水平。



资料来源：各公司官网

传统节令食品—粽子市场规模

2018-2028年我国粽子市场规模及预测（亿元）



数据来源：Uresearch

▶ 2023年，我国粽子市场规模为99亿元，较2022年的93亿元同比增长7%。

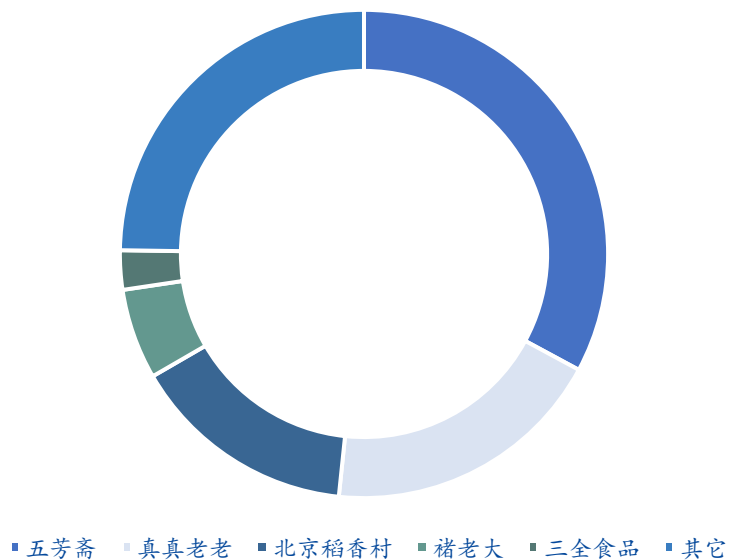
▶ 在居民消费意愿及需求偏弱的背景下，2024年端午粽子销售显著下滑，预计全年市场规模为88亿元。

▶ 未来随着需求改善，我国粽子市场有望逐渐恢复平稳增长，到2028年市场规模预计将达到101亿元。

传统节令食品—粽子市场竞争格局

从行业竞争格局来看，粽子行业的大型企业较少，以中小型企业为主，市场上存在着大量规模较小、从小作坊起家的粽子制造企业。与此同时，行业内全国性品牌较少，区域性品牌突出，如嘉兴的五芳斋、真真老老等；北京的北京稻香村；河南的三全食品；广州的利口福等。从销量来看，五芳斋的市场占有率较高，2023年销量占比接近三分之一。

2023年我国粽子市场竞争格局



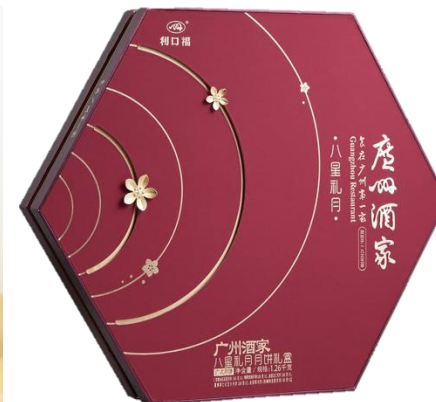
数据来源：Uresearch

传统节令食品一月饼

月饼作为中秋节必备食品，社交属性较强，礼物经济是月饼市场的主要特征，且区域性、季节性特征鲜明，呈现销售期短、市场集中、短期量大的特点。

月饼整体市场稳健增长，品牌溢价较高，老字号品牌规模优势突出；进入壁垒不高，吸引了众多跨界参与者。

广式、苏式、京式等传统口味仍占主流，创新口味受消费者青睐。地方特色、文创联名、营养健康概念产品占比有望继续提高。

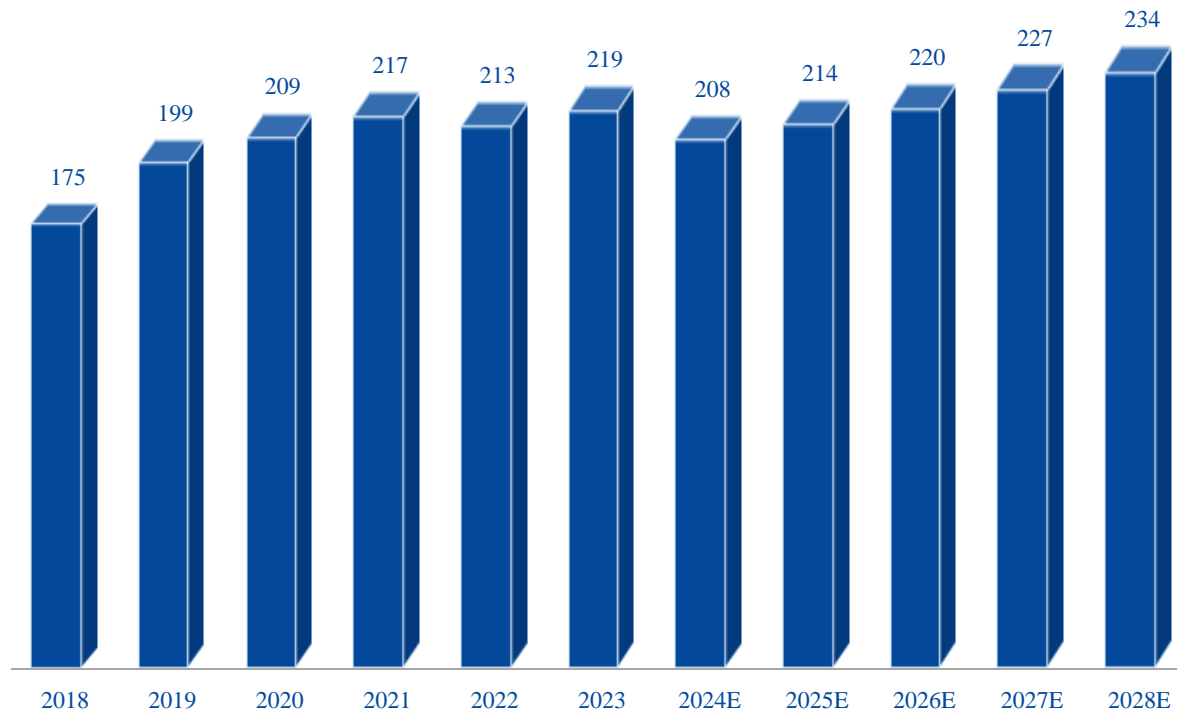


资料来源：各公司官网

传统节令食品一月饼市场规模

- ▶ 2023年，我国月饼市场规模为219亿元，相比2022年的213亿元实现小幅增长。
- ▶ 受下游需求变化影响，2024年中秋月饼销售出现明显下滑，预计全年市场规模为208亿元。
- ▶ 未来，我国月饼市场有望逐渐恢复平稳增长，预计到2028年市场规模将达到234亿元。

2018-2028年我国粽子市场规模及预测（亿元）

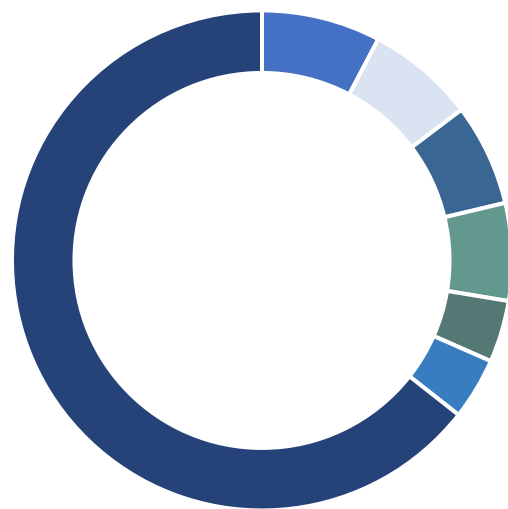


数据来源：Uresearch

传统节令食品一月饼市场竞争格局

在月饼的社交属性作用下，消费者出于礼节需求更侧重产品品牌。同时，月饼季节性鲜明且销售壁垒较高，使得老字号品牌的龙头优势凸显。北京稻香村、广州酒家、美心、华美月饼的市场份额旗鼓相当，其次为元祖股份、上海杏花楼等品牌，而随着北京稻香村、华美、五芳斋等品牌线上渠道发力，未来上述品牌的市场占有率将进一步提升。

2023年我国月饼市场竞争格局



■ 稻香村 ■ 广州酒家 ■ 美心 ■ 华美月饼 ■ 元祖股份 ■ 杏花楼 ■ 其它

数据来源：Uresearch



专注于行业市场数据研究

www.uresearch.com.cn